



АДМИНИСТРАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГОРОДСКОЙ ОКРУГ НОГЛИКСКИЙ»
САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

ДЕПАРТАМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ,
СТРОИТЕЛЬСТВА, ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО И
ДОРОЖНОГО ХОЗЯЙСТВА

ОТДЕЛ ЭКОНОМИКИ

ул. Советская, 15, пгт. Ноглики, 694450
тел.: (42444) 91824, 91169, 91059, факс (42444) 91178,
e-mail: nogliki@adm.sakhalin.ru, econ@nogliki-adm.ru, <http://www.nogliki-adm.ru>

от 06.04.2020 № 73

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

об оценке фактического воздействия постановления администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» от 20.12.2018 № 1227 «Об утверждении Положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский»

Отдел экономики департамента экономического развития, строительства, жилищно-коммунального и дорожного хозяйства администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» (далее - уполномоченный орган) в соответствии с Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов, экспертизы и оценки фактического воздействия нормативных правовых актов муниципального образования «Городской округ Ногликский», утвержденным постановлением администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» от 19 сентября 2019 года № 705 (далее – Порядок), рассмотрел Постановление администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» от 20.12.2018 № 1227 «Об утверждении Положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский», а также требования к таким рекламным конструкциям» (*Источник публикации:* газета «Знамя труда», № 35(9655), от 02.05.2019г.) (далее – НПА, Положение) и отчет об оценке фактического воздействия нормативного правового акта (далее – отчет об ОФВ), направленные для подготовки настоящего заключения отделом строительства и архитектуры департамента экономического развития, строительства, жилищно-коммунального и дорожного хозяйства администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» (далее – разработчик) и сообщает следующее.

Отчет об ОФВ направлен разработчиком для подготовки настоящего заключения впервые.

1. Общие сведения.

Органы местного самоуправления муниципальных районов или городских округов в соответствии с п.5.8 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон «О рекламе») утверждают схемы размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности субъектов Российской Федерации или муниципальной собственности. Схема размещения рекламных конструкций является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

Также в соответствии с пп.4 п.15 ст.19 закона «О рекламе» органы местного самоуправления муниципальных районов или органы местного самоуправления городских округов вправе определять типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке на территории соответствующего муниципального образования или части его территории, в том числе требования к таким рекламным конструкциям, с учетом необходимости сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки поселений или городских округов.

Подготовка проекта анализируемого Положения на этапе разработки была обоснована созданием единого архитектурного облика как муниципального образования в целом, так и отдельных населенных пунктов, повышением общей привлекательности населенных пунктов, созданием комфортных условий для проживания.

Целью рассматриваемого правового регулирования является исполнение требований закона «О рекламе», создание равных возможностей для участников рынка рекламы, а также сохранение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования «Городской округ Ногликский».

Действие Положения распространяется на физических лиц, индивидуальных предпринимателей, а также юридических лиц независимо от организационно-правовой формы в сфере производства, размещения и распространения наружной рекламы на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский» (далее - рекламодатели).

Положением утверждены типы и виды рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский», а также требования к таким рекламным конструкциям, к их содержанию и техническому обслуживанию.

2. Сведения о проведении оценки регулирующего воздействия в отношении проекта НПА.

В соответствии с Порядком разработчиком с 16 октября 2018г. по 08 ноября 2018г. проведены публичные консультации по обсуждению идеи

(концепции) правового регулирования, в ходе которых предложений и замечаний не поступило.

В период с 09 ноября 2018г. по 13 декабря 2018г. разработчиком проведены публичные консультации по обсуждению проекта нормативного правового акта, в ходе которых поступило 9 предложений и замечаний. Все были учтены при доработке проекта нормативного правового акта. Информация отражена в сводке предложений. По проекту постановления администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» «Об утверждении Положения о типах и видах рекламных конструкций, допустимых и недопустимых к установке и эксплуатации на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский», а также требования к таким рекламным конструкциям» уполномоченным органом 18.12.2018г. подготовлено положительное заключение об оценке регулирующего воздействия проекта нормативного правового акта (информация размещена на официальном сайте муниципального образования «Городской округ Ногликский» в сети «Интернет» - <http://www.nogliki-adm.ru/>).

По результатам оценки регулирующего воздействия проекта нормативного правового акта положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению, а также положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и бюджета муниципального образования «Городской округ Ногликский» не выявлено.

3. Сведения о проведении публичных обсуждений в рамках оценки фактического воздействия НПА.

В целях анализа достижения целей регулирования, определения и оценки фактических положительных и отрицательных последствий принятия нормативного правового акта, выявления положений, необоснованно затрудняющих ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности, уполномоченным органом проведены публичные обсуждения Положения и отчета об ОФВ в сроки с 11.02.2020 по 20.03.2020 с 9-00 до 17-00 по рабочим дням.

Информация об оценке фактического воздействия нормативного правового акта и проводимых публичных обсуждениях размещена уполномоченным органом:

- на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://www.nogliki-adm.ru> в разделе Документы - Оценка регулирующего воздействия - Оценка фактического воздействия НПА и новостной ленте - <http://www.nogliki-adm.ru/news/2020/9481> (10.02.2020г.);

- в газете «Знамя труда» № 13 (9737) от 15.02.2020г. (стр.4);

- в новостной ленте на инвестиционном портале Сахалинской области - <http://investinsakhalin.ru/ru/news/all/3529/>;

- на интернет портале для публичного обсуждения проектов и действующих нормативных актов органов власти и местного самоуправления Сахалинской области – <http://orv.sakhalin.gov.ru/projects#npa=435>;

- в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: Вконтакте – <https://vk.com/noglikiadm>;
 Одноклассники – <https://ok.ru/nashinogli>;
 Facebook - https://www.instagram.com/nashi_nogliki/;
 Instagram - https://www.instagram.com/nashi_nogliki/

Одновременно уведомление о проведении публичных обсуждений в рамках оценки фактического воздействия направлено: Уполномоченному по защите прав предпринимателей в Сахалинской области Коваленко А.С., членам рабочей группы по ОРВ (ИП Киркора М.И., ИП Михеенко А.А., ИП Поповой Н.В., ИП Илюшовой А.Ю., генеральному директору ООО «Антей» Баратову М.Р.), директору ООО «Сахалинская рекламная компания» К.И.Егоровой, генеральному директору ООО РА «Ирида - Сервис» О.В.Маракову, ИП Шорохову К.Л.

Сведения о количестве замечаний и предложений, полученных в ходе публичных консультаций:

В сроки проведения публичных консультаций в адрес уполномоченного органа поступили отзывы от: ИП Шорохова К.Л. (исх. № 0010 от 10.03.2020г.), ООО «Сахалинская рекламная компания» (исх. б\н от 13.03.2020г.), которые обобщены в нижеприведенной таблице.

Предложения и замечания, поступившие в ходе публичных консультаций

№ п/п	Замечания и предложения, поступившие от участника публичных консультаций	Комментарии уполномоченного органа
1.	Индивидуальный предприниматель Шорохов Кирилл Леонидович	
	1. Прошу в постановление внести изменения в РК в соответствии с архитектурным и творческим наследием Сахалинской области, с ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ добавлением орнамента, узора в нумерационной табличке и наименовании РА (размером 250 мм на 1000 мм, в любой части РК), связанных с Сахалинской областью, для придания живости той или иной РК (приведен эскиз изображения).	Принято для рассмотрения. Результат рассмотрения приведен в разделе 5 настоящего заключения.
2.	ООО «Сахалинская рекламная компания»	
	<p>1. Предложение по дополнительным видам рекламных конструкций:</p> <ul style="list-style-type: none"> - суперсайты; - рекламные конструкции на ограждениях территорий спортивных, культурных учреждений; - скроллерные сити-борды; - объекты наружной рекламы на строительных сетках. <p>2. Замечания по терминам:</p> <ul style="list-style-type: none"> - билборд 6 х 3 м и 12 х 3 м; - призмадинамические рекламные щиты. <p>2.1. Замечание по пункту 2.2.1 Билборд:</p> <p>Исключить размер 2,7 м х 3,7 м, так как данные размеры не соответствуют принятым стандартным размерам «билборда». Билборд имеет неподвижные изображения на плоскости информационных полей. Исключить динамическую систему смены изображения.</p> <p>Предложение:</p> <p>1. Билборд – отдельно стоящая рекламная конструкция среднего формата, имеющая внешние поверхности, специально предназначенные для размещения рекламы. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля размером 6,0 х 3,0 м или 12,0 х 3,0 м. Площадь информационного поля щита определяется общей площадью его сторон. Количество сторон может быть не более трех. Рекламная конструкция имеет неподвижные изображения на плоскости информационных полей.</p>	Позиция принята. Замечания и предложения учтены. Результат рассмотрения приведен в разделе 5 настоящего заключения.

Фундамент конструкции должен быть заглублен и не выступать над уровнем земляного покрытия. В исключительных случаях, когда заглубление фундаменты невозможно, допускается размещение с частичным заглублением фундамента на 0,1 – 0,2 м. при наличии бортового камня или придорожных ограждений (по ГОСТ Р 52289-2004). При этом он должен быть декоративно оформлен по согласованию с Департаментом архитектуры и градостроительства.

2.2. Замечание по пункту 2.2.2. Мультипанель:

Призмадинамические рекламные щиты – призматроны и мультипанели. Добавить вид «призматрон». Исключить понятие Мультипанель (невостребованные рекламные конструкции).

Призматрон – отдельно стоящие динамические рекламные конструкции среднего формата с постоянной сменой изображений в количестве 3 сюжетов с каждой стороны и с внутренней либо с внешней подсветкой. Размер информационных полей 8,0 м x 4,0 м; 6,0 м x 3,0 м или 3,0 м x 2,5 м.

3. Предложение по терминам и понятиям:

3.1. Щитовая установка (суперсайт) – отдельно стоящая технологически сложная рекламная конструкция большого формата. Состоит из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Суперсайт должен иметь внутренний или внешний подсвет. Размер одной стороны информационного поля рекламной конструкции может быть 12,0 м x 4,0 м; 12,0 м x 5,0 м или 15,0 м x 5,0 м. Площадь информационного поля определяется общей площадью их сторон. Количество сторон не может быть более трех. Фундамент должен быть заглублен и не выступать над уровнем земляного покрытия. Рекламная конструкция имеет неподвижные изображения на плоскости информационных полей.

3.2. Скроллерные Сити-борды – отдельно стоящие щитовые установки среднего формата, имеющие одну или две поверхности для размещения рекламы. Состоят из фундамента, каркаса, опоры и информационного поля. Площадь информационного поля сити-борда определяются общей площадью его эксплуатируемых сторон. Размер одной стороны информационного поля сити-борда составляет от 2,4 м x 1,8 м до 3,7 м x 2,7 м (включительно) или 3,0 м x 4,0 м. Фундамент сити-борда не должен выступать над уровнем земли, покрытием тротуара.

3.3. Рекламные конструкции на ограждениях территорий спортивных, культурных и медицинских учреждений – рекламные конструкции, предназначенные исключительно для размещения рекламы и информации о спортивных и массовых мероприятиях, событиях спортивно- оздоровительного характера, о спонсорах указанных мероприятий.

3.4. Объекты наружной рекламы на строительных сетках – временные объекты наружной рекламы в виде изображений на сетках, ограждающих объекты строительства. Установка и эксплуатация наружной рекламы на строительных сетках производится при проведении строительных работ на внешней стороне (фасаде) здания, на строительных ограждающих конструкциях (лесах) при наличии и на срок действия строительного ордера на проведение ремонтно-реставрационных работ, но не более 36 месяцев. Оформление разрешительной документации на установку и эксплуатацию временных объектов наружной рекламы производится в порядке, установленном законом о рекламе. Площадь информационного поля объекта наружной рекламы на строительной сетке определяется габаритами нанесенного изображения.

4. Предложение в пункт 2.3.1 Панно фасадное:

Брандмауэр (фасадное панно) рекламоноситель закрепляется к металлической раме, смонтированной на стене здания по контуру рекламного поля. Крепление рамы к стене производится пластиковыми дюбелями либо анкерными болтами. Рама может иметь различные конфигурации в зависимости от устройства фасада здания, способа крепления рекламного полотна и типа подсветки, настенные брандмауэры могут иметь внешнее освещение.

4. Оценка фактических положительных и отрицательных последствий регулирования, достижения заявленных целей.

4.1. Оценка положительных последствий регулирования.

Согласно данным разработчика за период действия Положения количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, желающих разместить наружную рекламу на территории муниципального образования «Городской округ Ногликский» увеличилось: за 2018-2019гг. поступило 3 (2018г. – 1, 2019г. – 2) заявления о выдаче разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Утверждение принятых норм позволяет органам местного самоуправления обеспечивать единообразный внешний вид и технические характеристики рекламных конструкций разных типов и видов, допустимых к установке, а также сократить количество спорных решений при выдаче или отказе в выдаче разрешений на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Нормативный правовой акт создал для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности равные условия и возможности получить прибыль с помощью размещения рекламы на производимые или реализуемые товары, работы, услуги.

Действующее регулирование в соответствии с требованиями закона «О рекламе» способствует качественной организации рынка наружной рекламы в муниципальном образовании «Городской округ Ногликский», создает возможность его комплексной оценки.

4.2. Оценка отрицательных последствий регулирования.

За период реализации Положения, согласно данным разработчика, обращений (жалоб), которые могут свидетельствовать о наличии в НПА положений, затрудняющих осуществление предпринимательской и инвестиционной деятельности, не поступало. Судебных споров, предметом которых являлось оспаривание положений НПА, либо претензий от участников отношений по несоблюдению действующего законодательства в сфере рекламы, не возникало. Это свидетельствует об отсутствии отрицательных последствий регулирования на момент проведения оценки фактического воздействия.

Однако, по мнению участников публичных обсуждений, действующее регулирование требует внесения дополнений в связи с не востребованностью применения на практике тех или иных рекламных конструкций, а также разработкой новых видов рекламных конструкций.

4.3. Оценка достижения заявленных целей.

Цели регулирования, поставленные на этапе разработки проекта НПА, достигнуты. Принятие нормативного правового акта обеспечило исполнение требований федерального законодательства в сфере распространения наружной рекламы с учетом сохранения внешнего архитектурного облика сложившейся застройки муниципального образования «Городской округ Ногликский».

5. Выводы:

По результатам рассмотрения представленных документов установлено, что при оценке фактического воздействия нормативного правового акта процедуры, предусмотренные Порядком, разработчиком соблюдены.

На основе проведенной оценки фактического воздействия с учетом предложений и замечаний, заявленных в рамках публичных консультаций, а также информации, представленной разработчиком НПА в отчете об ОФВ, уполномоченным органом сделаны выводы:

- о наличии достаточного обоснования введения рассматриваемого способа регулирования;
- о достижении заявленных целей регулирования;
- о наличии положительных последствий регулирования;
- об отсутствии отрицательных последствий регулирования на момент проведения оценки фактического воздействия;
- об отсутствии положений, вводящих избыточные обязанности, запреты и ограничения для субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности или способствующих их введению, а также положений, способствующих возникновению необоснованных расходов субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и бюджета муниципального образования «Городской округ Ногликский».

Однако по результатам проведения публичных консультаций по анализируемому Положению потребность внесения изменений в НПА установлена.

Разработчику рекомендуется детально проработать предложения и замечания участников публичных консультаций; провести тщательный анализ соответствия предлагаемых рекламных конструкций архитектурному облику сложившейся застройки муниципального образования «Городской округ Ногликский», а также рассмотреть возможность включения в информационную табличку орнамента, предложенного ИП Шороховым К.Л. После проведения указанных мероприятий внести соответствующие изменения в Положение.

При этом уполномоченный орган отмечает, что проект о внесении изменений подлежит оценке регулирующего воздействия в соответствии с Порядком проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов, экспертизы и оценки фактического воздействия нормативных правовых актов муниципального образования «Городской округ Ногликский», утвержденным постановлением администрации муниципального образования «Городской округ Ногликский» от 19 сентября 2019 года № 705.

В связи с тем, что динамично развивающийся рынок рекламных услуг постоянно претерпевает изменения, уполномоченный орган рекомендует в целях оценки последствий регулирования в рассматриваемой сфере и своевременной корректировке положений НПА, необходимо проводить мониторинг влияния установленных положений НПА на деятельность субъектов предпринимательской и инвестиционной деятельности и в дальнейшем.

Начальник отдела экономики



Г.В.Кононенко